

УДК 339.138

**Курій Наталія**

**Kurii Nataliia**

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.І. Краузе

*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя*

## **МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

### **ПІДПРИЄМСТВА**

#### **METHODS OF EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE**

#### **ENTERPRISE**

На сьогоднішній день існує доволі багато методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, основними з них є: метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції; визначення конкурентоспроможності на основі якісних та кількісних показників; методи, засновані на теорії конкурентної переваги; метод бенчмаркінгу.

В основі методу, що заснований на теорії ефективної конкуренції, лежить оцінка п'яти групових показників або критеріїв конкурентоспроможності. До таких показників відносять: ефективність виробничої діяльності, платоспроможність підприємства, фінансову стійкість, прибутковість підприємства та конкурентоспроможність продукції. До показника ефективності виробничої діяльності підприємства відносять показники, котрі характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві. Конкурентоспроможність окремого товару визначається як його перевага у порівнянні з аналогічним за призначенням товаром чи його заміником, або ж товаром-еталоном.

Популярним є метод визначення конкурентоспроможності на основі теорії конкурентних переваг (М. Портер). Зовнішня конкурентна перевага

– це перевага у властивостях товару, яка створює «цінність для покупця» внаслідок повнішого задоволення його потреби. Ця перевага збільшує «ринкову силу» підприємства, тому вона може змусити ринок підняти ціну продажу вище, ніж пріоритетний конкурент, який не володіє такою перевагою. Оцінкою такої сили можна вважати еластичність попиту за ціною. Внутрішня конкурентна перевага – це перевага підприємства у витратах виробництва, яка створює «цінність для виробника» внаслідок вищої його продуктивності. Внутрішня перевага забезпечує підприємству більшу стійкість до зниження ціни продажу, яка нав'язана ринком або конкурентами, та вищу рентабельність.

Бенчмаркінг – це мистецтво виявлення того, що інші роблять краще нас, та вивчення, вдосконалення і застосування методів роботи інших організацій. Існує багато різновидів бенчмаркінгу: внутрішній бенчмаркінг – який здійснюють всередині організації, зіставляючи характеристики виробничих одиниць, схожих з аналогічними процесами. Бенчмаркінг конкурентоспроможності – вимір характеристик підприємства та їх зіставлення з характеристиками конкурентів. Функціональний бенчмаркінг – що порівнює певну функцію двох або більше організацій у тому ж секторі. Бенчмаркінг процесу, глобальний, загальний, бенчмаркінг витрат, асоціативний бенчмаркінг. Конкурентоспроможність підприємства розглядається в двох аспектах: зовнішньому та внутрішньому. Зважаючи на системний підхід до управління та для досконалого уявлення про конкурентний рівень підприємства, слід брати до уваги та вивчати обидві сторони даної проблеми

**Перелік посилань:** 1). Маркетингові технології для забезпечення конкурентоспроможності URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг>;  
2) Конкурентоспроможність підприємства URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспроможність>